

## ABSTRAK

**FIRA AFRIANI.2017.** Analisis pengaruh motivasi konsumen, persepsi kualitas, dan sikap konsumen terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda pada PT. Bintang Kharisma Jaya Motor Makassar. Dibimbing oleh Moh. Aris Pasigai dan Muh.Nur Rasyid.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dimensi motivasi konsumen, persepsi kualitas, dan sikap konsumen terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda, cabang Makassar. Model yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuesioner dengan menggunakan 100 sampel. Metode yang digunakan yaitu Analisis Regresi berganda, Uji t dan Uji F, untuk mengetahui variable bebas yang berpengaruh dalam pengolahan data menggunakan alat bantu SPSS *for windows versi 22,0*

Dalam metode analisis data menggunakan analisis data kuantitatif, analisis regresi berganda pada regresi berganda variabel independen (variabel X) yang diperhitungkan pengaruhnya terhadap variabel dependen (variabel Y) jumlahnya lebih dari satu. Variabel dependen adalah keputusan pembelian. Sedangkan variabel independen adalah motivasi konsumen (X1), persepsi kualitas (X2), sikap konsumen (X3). Sehingga persamaan regresi bergandanya adalah  $Y=a+b_1X_1+b_2X_2+b_3X_3+e$

Hasil analisis penelitian menunjukkan bahwa dimensi sikap konsumen secara simultan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen PT. Bintang Kharisma Jaya Motor Makassar, dimana persamaan regresi  $Y = 10,626 + 0,140 X1 + 0,252 X2 + 0,619 X3$  yang berarti pula bahwa hipotesis yang diajukan adalah diterima. Sedangkan hasil analisis secara parsial yaitu motivasi konsumen tidak signifikan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda pada PT. Bintang Kharisma Jaya Motor Makassar.

**Kata Kunci :** motivasi konsumen, persepsi kualitas, dan sikap konsumen, terhadap keputusan pembelian